Structurer, lancer et optimiser des campagnes sur Meta Ads

L'objectif de cette formation est de permettre aux participant·es de **concevoir, paramétrer, analyser et optimiser des campagnes Meta Ads** de manière autonome, en **cohérence avec la stratégie marketing** de leur entreprise.

Cette formation opérationnelle vise à développer une véritable autonomie sur Facebook et Instagram Ads. Elle couvre les fondamentaux de l'algorithme Meta, la structuration méthodologique des campagnes (campagne → ensembles de publicités → annonces), la création et le test d'audiences qualifiées (ciblages, exclusions, audiences similaires, segmentations), ainsi que la conception d'annonces performantes adaptées à différents objectifs business. Elle inclut également l'apprentissage de la lecture et de l'interprétation des indicateurs clés de performance (CPM, CPC, CTR, taux de conversion, coût par lead ou par achat).

Les participant·es apprennent à diagnostiquer la performance d'une campagne et à prendre des décisions d'optimisation basées sur les données, en s'appuyant notamment sur une logique d'analyse simple et actionnable : Kill / Keep / Scale / Test. La formation s'appuie sur une partie théorique, suivie de démonstrations guidées et d'ateliers pratiques dans le Business Manager (Jour 1). Puis elle se prolonge par des modules à distance pour analyser les premières campagnes, consolider les acquis et définir un plan d'optimisation sur les 30 premiers jours.

À l'issue du parcours, les participant·es seront en mesure de lancer des campagnes complètes, d'optimiser l'allocation budgétaire, de construire un tableau de bord de suivi et de mettre en place un rituel de pilotage rigoureux pour améliorer durablement leurs performances d'acquisition sur Meta Ads.

Formateur·rice(s) :

- Mathilde Le Rouzic

Objectifs visés

- Expliquer le fonctionnement de Meta Ads et son algorithme
- Identifier les éléments essentiels du Business Manager
- Comprendre les types d'objectifs de campagne et leur impact
- Définir un objectif marketing clair et choisir le bon objectif de campagne Meta

Méthodes d'évaluation

- Quiz
- Cas pratique

Doniforma — Société par actions simplifiée (SAS)
Tél : 06 07 26 77 04 – Mail : contact@tousformateurs.fr
290 Avenue Robespierre — 83130 La Garde France
SIRET : 91175609600028 — Numéro de TVA : FR26911756096
Déclaration d'activité enregistrée sous le n°93830678983 auprès du préfet de région de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur
Ce numéro d'enregistrement ne vaut agrément de l'État

- Structurer une architecture cohérente (campagne / ensemble de pubs / annonce)
- Adapter une stratégie selon le tunnel (prospection, retargeting, fidélisation)
- Construire des audiences personnalisées (engagement, visiteurs, clients)
- Créer des audiences similaires cohérentes et adaptées à la stratégie
- Sélectionner les audiences pertinentes selon le niveau du funnel
- Rédiger une annonce efficace (hook, argumentaire, CTA)
- Choisir les formats visuels appropriés (image, vidéo, carrousel)
- Créer des variantes d'annonces pour tester les performances
- Configurer une campagne complète dans Meta Ads Manager.
- Paramétrer budgets, placements, optimisation, calendrier et tests A/B
- Respecter les bonnes pratiques pour assurer la diffusion et la performance
- Lire et interpréter les KPIs clés : CPM, CPC, CTR, CPA, ROAS, fréquence
- Diagnostiquer une campagne inefficace
- Identifier les leviers prioritaires d'intervention
- Mettre en place un rituel de pilotage (hebdo / mensuel)
- Ajuster les audiences, visuels, budgets ou placements pour optimiser les performances
- Gérer la montée en budget (scaling) et anticiper les effets de l'algorithme

Déroulé pédagogique

Journée 1

- Comprendre Meta Ads et ses fondamentaux
- Construire une stratégie de campagnes efficace
- Pause
- Créer des audiences pertinentes

- Pause déjeuner
- Concevoir des annonces performantes

Journée 2

- Paramétrer une campagne Meta Ads de A à Z

Journée 3

- Analyser les performances
- Pause
- Optimiser et piloter les campagnes

Informations complémentaires

Durée : 9 heures de formation sur 3 jours

Pré-requis :

Public concerné : Professionnel·les du marketing, de la communication, du growth, du sales et dirigeant·es d'entreprises ou de startups souhaitant gagner en autonomie sur la création et le pilotage de campagnes Meta Ads. La formation s'adresse aussi aux freelances, consultant·es et équipes internes qui veulent comprendre l'algorithme, structurer un funnel d'acquisition, construire des audiences performantes, créer des annonces adaptées à leur stratégie business, analyser les KPIs clés et mettre en place un rituel de pilotage et de reporting rigoureux et actionnable.